

What We Believe:

With Our Products & Services

製品・サービス：ソニーは、お客様の声に耳をかたむけ、「高い品質で、安心して使っていただける商品」「心のこもったカスタマーサービス」をお届けし、お客様の期待を超えることを目指します。



お客様の視点に立った「満足」「信頼」「安心」の 製品・サービスをお届けするために

ソニーは、エレクトロニクスビジネスだけでなく、ゲームや映画、音楽、金融サービスなどさまざまなビジネスをグローバルに展開しています。多様なビジネスを展開していることで、高いブランドイメージを得ているソニーですが、「世界初」「世界最小」「世界最薄」といった製品に支えられた「技術のソニー」は、その大前提として「満足」「信頼」「安心」をお客様にご提供できて初めて磐石になります。

2006年度に一部のノートブックコンピューター用電池パックについて自主交換プログラムを実施して以来、ソニーは、これまで進めてきた品質活動、CS活動を再点検し、より一層の充実を図っています。創業以来お客様の視点に立った高品質の製品・サービスを提供することで培ってきた高い販売シェアの持つ大きな責任を真摯に受け止め、製品安全・品質担当の専任役員のもと、全社一丸となって品質を改善する活動を徹底しています。

品質の証「ソニー品質憲章」

ソニーは、顧客視点で高品質の製品やサービスをお客様にご提供することを最も大切にしています。2003年に

制定した「ソニーグループ行動規範」でもソニーの製品およびサービスを利用するお客様の安全を保つため、事業活動のどの段階においても、法令に定める基準を満たす、またはそれを上回るための手立てを継続的に追求し、実施していくことを定めています。これらの理念の一層の徹底を図るため、2001年から導入されていた「ソニーCS憲章」を改訂し、2007年1月には、エレクトロニクス事業でのソニーの製品およびサービスの品質に関する基本的な考え方を示す「ソニー品質憲章」を制定しました。

仕組みの構築で満足することなく、エレクトロニクス事業に携わるすべての社員の心に品質に対する意識が浸透し、「品質文化」が育つことを目標としています。

不良率をいかに下げようと、品質問題はたった1件でも起きてしまえば、そのお客様にとっては100%の不良率です。だからこそ一人ひとりがお客様の目線で、品質問題の対応に取り組むことが重要です。これまで新機種を中心に見ていた不良率の動向を、3年あるいは5年というより長い期間での不良の分析を行っています。



ネットワーク時代のソニーの責任

創業60年を超える歴史の中で、メーカーとしてのソニーは大きく成長してきました。事業領域が拡大したと同時に、デジタル化、ネットワーク化など技術の急激な進歩を含め、ソニーを取り巻くビジネス環境も大きく変化しています。

PCなどの水平分業型の製品では、技術のモジュール化が進み、部品を調達すれば誰でも同じような製品をつくれるという時代になってきました。製品のライフサイクルは短くなり、他社との競争の中で導入サイクルがますます短くなっている一方で、ソフトウェア比率が高まり、製品のつくり方も品質問題のポイントも変わってきました。

また、どのような環境下でつくられた材料を調達し、企業がどのような理念と環境のもとで材料を調達し、製品をつくっているかという点について、ステークホルダーの関心が高まり、企業には適切な対応と情報開示が求められています。機能や価格だけでなく、企業姿勢に対する評価も含めて製品購入の意思決定をされるお客様が増えてきたのです。

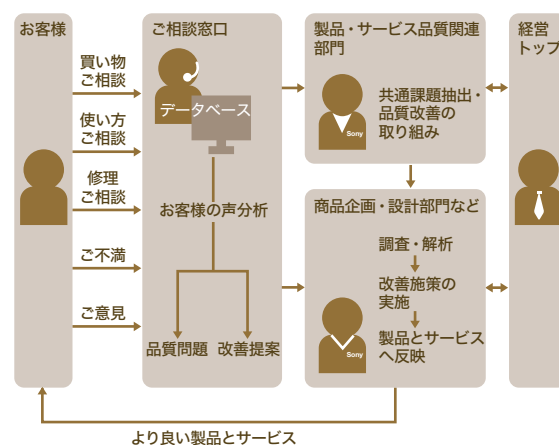
こうした変化の流れの中で、ソニーは、これまで考えてきた伝統的な品質や調達の取り組みにとどまらず、この分野においても業界のリーダーとして評価していただけるよう積極的な対応と取り組みを進めています。

お客様の声に耳をかたむけるコミュニケーションを、より充実させるための取り組みを始めました

2007年に制定した「ソニー品質憲章」で掲げたように、ソニーは、常に「お客様の声に耳をかたむけ、高い品質で、安心して使っていただける商品、心のこもったカスタマーサービスをお届けし、お客様の期待を超えることをめざし」ています。そのためにも、まずはお客様とのコミュニケーションの機会を増やすことが大切だと考えています。

近年、デジタル家電は多機能化が急速に進み、インターネットや他の製品と「つながる」機能がますます増え、お客様の楽しみ方も多様化しています。こうした環境の変化にともない、お客様からのお問い合わせやご要望に対してもより高度な専門知識が求められるようになってきました。一方、国内では、これまでお客様からのお問い合わせ窓口「お客様ご相談センター」などのサービスオペレーションはソニーマーケティング(株)が行い、実際の修理サービスはソニーイーエムシーエス(株)が行ってききました。そこでこれらの機能および人員を統合し、2008年4月にソニーカスタマーサービス(株)を設立、一元的なオペレーションを実現することで、より迅速かつ質の高いお客様対応を目指しています。

お客様の声の活用



さらに、お客様対応業務に携わる全従業員を対象としたeラーニングによるトレーニングプログラムも2001年から導入し、グローバルに均質なサービスの提供を目指しています。また、製品間の接続性を検討するため2008年3月に新設された組織「コンシューマプロダクツグループ接続ソリューションセンター」などと密接な連携をとることで、カスタマーサービスを広義のマーケティング機能の一部と位置づけ、製品のさらなる楽しみ方のご提案も行う体制を整えました。

工業製品であるが故に、どうしても故障がでてしまう。それを未然に防ぎ、万が一故障が起きてしまった場合には、お客様に対して少しでも負担の軽い方法で短期間にそのご不便を解消させていただき、早期に品質改善につながることを、それがソニーの使命です。

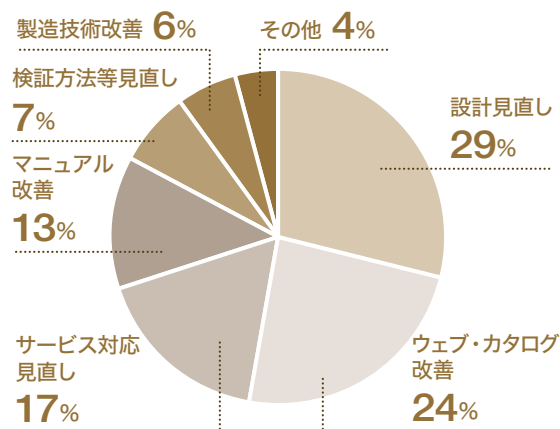
2006年から品質問題への取り組みをさらに強化したことにより、お客様から寄せられるご不満やご意見、製品の不具合情報が製品の企画・開発・設計を担当する事業本部に確実に届く体制がさらに整備され、その原因解明と改善策を次の製品開発プロセスに織り込んでいくより広範な活動につながる段階にきたと考えています。

社員もユーザーのひとりです

2003年から設置されている社員のための品質情報窓口の専用ウェブサイトも、品質に関する問題、情報、意見などを幅広く収集するための情報源として役立っています。このウェブサイトで、社員は職場での解決や対応について判断が難しい問題や、ソニー製品ユーザーとして気付いた品質課題などについて連絡することができます。こうして提供された情報については、すべて事実確認を行うとともに、品質問題の未然防止、再発防止のための諸施策を立案・導入しています。

窓口開設以来、寄せられた情報は、2008年3月現在で1,100件を超えました。使いやすい製品にするための提案、取扱説明書の記述をわかりやすい表現にする提案など、多岐にわたる情報により改善された項目は750項目を超えています。

社員窓口に基づく改善項目の内訳



エレクトロニクスCEOのもと体制を整え、迅速に判断

社内の体制強化・改革については、四半期ごとに開催している品質戦略会議、資材戦略会議、生産戦略会議に加え、毎年、全世界から品質・サービス担当者が参加して行われる「グローバル・クオリティ・ミーティング」において、検討を重ねています。

また、さまざまな取り組みを各事業部に徹底させるために、2007年より全事業本部とエレクトロニクス関連会社、海外の地域ごとに品質オフィサーを設置することとなり、全世界で23人が任命されています。品質オフィサーは、事業本部長と製品安全・品質担当役員へのダブルレポート体制で、品質問題を客観的にとらえられる体制になっています。

また、海外からの情報が商品企画や設計を担当する部署に確実に届くようにすることも2008年度の目標の一つです。例えば、デジタルイメージング製品についていえば、米国で、発売後60日以内に返品されてきた不良品はすべて原因解析する仕組みがつくられました。現地の担当者が1カ月ほど日本で解析手法を学ぶことで現地での解析が可能になり、事業本部ともコミュニケーションを図りながら、品質向上につなげており、アジア地域でも同様の展開を始めています。



ソフトウェア比率アップへの対応

エレクトロニクス分野の一連の会議で共通認識されている課題として、製品のソフトウェア比率が高まっていることにともなう品質問題があります。

ソフトウェア比率が高い製品の増加にともない、2007年度の告知・お知らせ案件の約3分の1はソフトウェア関連で、かつ発売後3カ月以内に問題が生じているという社内調査結果も出ており、設計プロセスの改善も含めた対応が重要となっています。2006年9月に導入した「安全に関する製品事故の報告規定」は、製品に起因する事故を社員が認識してから8時間以内に製品安全・品質担当役員に報告するというエスカレーションルールですが、加えて2007年12月には、「製品セキュリティ脆弱性事案に関する報告規定（ソフトウェアのセキュリティ脆弱性に起因した問題のエスカレーションルール）」も導入し、社

内教育を行うとともにルールを強化しました。「迷ったら報告」を徹底させ、品質問題の未然防止と早期発見・解決につなげるとともに、社員のさらなる意識改革、情報共有に向けて継続した取り組みを続けていきます。

設計・生産委託先と品質パートナーシップ

また、設計・生産委託製品の増加や付加価値の高い部品調達を行う過程で新たな課題も生じています。そこで、現状では事業本部ごとに異なっている設計・生産委託先との売買契約、品質契約などに関し、ソニーとして共通化した基準を取り入れ、「ソニー品質」を徹底します。設計・生産委託企業抜きには製品化が語れない時代になってきた中で、設計・生産委託製品の品質向上は不可欠であり、各社と強い信頼関係で結ばれたパートナーとして、一緒に成長していくことが大事だと考えています。

グローバル・サプライチェーン・マネジメントに取り組んでいます

これまで、調達する部品や設計／生産委託する製品の環境品質について私たちが特に注意を払ってきたのは、有害な化学物質が混入していないかという安全性の問題でした。EUではRoHS指令により特定化学物質の製品への含有が禁止されており、また日本では特定化学物質を含有した製品に対してJ-Mossマークによる情報開示が義務づけられています。

ソニーは、調達先のグローバル化にともない、業界をリードする形でソニー独自の全世界共通の化学物質管理基準「部品・材料における環境管理物質管理規定（SS-00259）」を導入し、サプライヤーに対しては、「グリーンパートナー環境品質認定制度」を設けています。監査に合格し、「グリーンパートナー」と認定されたサプライヤーからのみ部品の購入を行っており、これによってソニー

の環境品質はグローバルに共通の品質を維持しています。

一方で、前述のように部品調達先や設計／生産委託先の生産現場も含めた人権・労働・環境など「製品に対する総合的な責任」についても、ステークホルダーの関心が高まっています。こうした取引先には、ソニー製品の製造にかかわるという観点から、ソニーに準ずる取り組みをもってこれらの問題にあたってもらふ必要があると考えており、2005年6月に「ソニーサプライヤー行動規範」を制定しました。

この「ソニーサプライヤー行動規範」は、後述の業界共通の行動規範にもとづいてつくられており、この内容を

ソニーのすべてのサプライヤーにお知らせしました。2007年度には、その遵守状況を把握する一環として、サプライヤー企業約3,500社を対象として順次地域ごとにグローバルにサプライヤーセルフアセスメントを導入、サプライヤー向けの説明会も実施しています。その結果、例えば、日本、中国地域での全般的な傾向として、労働・倫理マネジメントシステムの構築など組織的なインフラ整備が途上である、といった課題が見られました。今後にも必要に応じてサプライヤーと協力して継続的に改善していきます。

業界のアライアンスの中で 効率的な活動を行っています

エレクトロニクス業界では、最終製品メーカー複数社が同じ生産委託先や部品などの調達先と取引を行っています。それぞれのメーカーが独自の基準や方法で解決にあたろうとすると、調達先企業から見れば複数の異なる基準の遵守や監査要求を受けることになり、サプライチェーンに大きな混乱と過剰な負荷がかかることが懸念されています。

そこで、電子業界のサプライチェーンのCSRマネジメントを効率的かつ効果的に進めるため、ソニーはIBM

社などととも、2004年、電子業界CSRアライアンス (Electronic Industry Citizenship Coalition: EICC) を発足させました。現在、EICCには、欧州、米国、アジア、日本のメーカー、生産委託企業、小売企業など42社が加盟しています(2008年6月現在)。

EICCは、CSRマネジメントの効率的な運用、改善、活動レベルの向上を目指し、共通の行動規範の制定を行い、この管理に必要なツールやウェブシステムを共同で開発しています。これらの仕組み構築にあたっては、非政府組

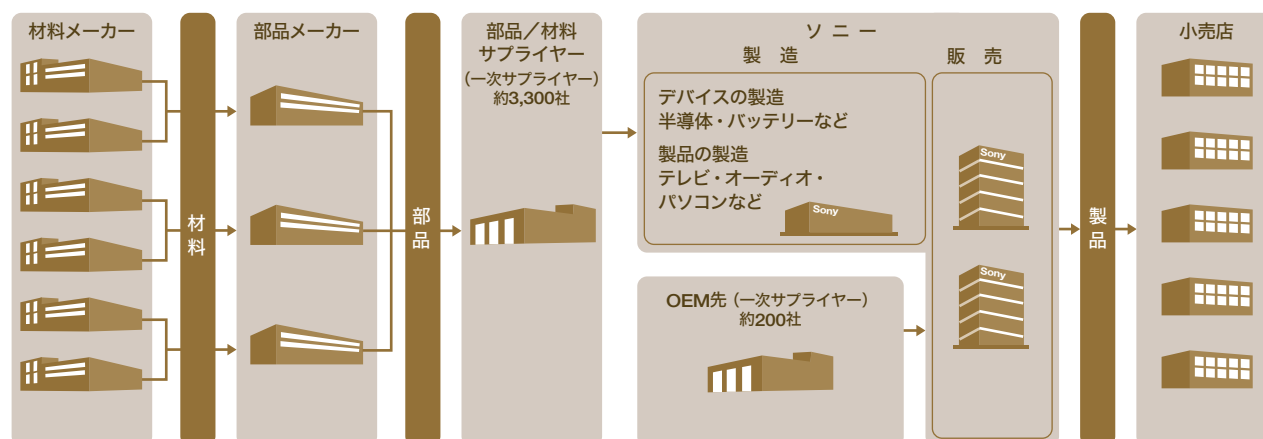
ソニー同様、ベストバイでも消費者ニーズに応えることは最重要課題です

ベストバイでお買い物をされるお客様は、購入する商品の調達・製造過程、省エネ・環境配慮などの情報について、これまでになく高い関心を持っています。ベストバイは、ソニーやEICCと連携し、業界共通のサプライチェーンの課題に真剣に取り組んでおり、最終的には社会・環境の両側面からの改善を目指しています。皆が一緒に行動することで、製造の現場で働く労働者にとってだけでなく、地域コミュニティ、サプライヤー、ソニーのような製造事業者、私たちベストバイのような小売業にも、そして世界中の消費者にとっても満足のいく結果を導き出せます。技術の世界でグローバルな消費者擁護の役割を果たすにあたり、中でもソニーの積極的な関与が重要だと考えています。



ポーラ・ブラール氏
ベストバイ
(米国家電小売業)
広報・渉外・CSR担当
シニア・バイス・
プレジデント

サプライチェーンの概念図

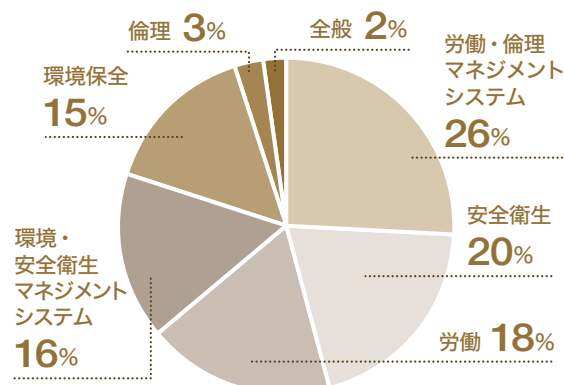


組織（NGO）や社会的責任投資団体などのステークホルダーと定期的に意見交換を行いながら取り組みを進めています。

また、行動規範の基準にもとづいた「共同監査」も行っています。この「共同監査」は、ステークホルダーからの意見も踏まえた上で、メンバー企業によってリスクが高いと判断された地域の取引先から順次進めています。この過程で、ソニーが取り引きしている中国のサプライヤーも2008年4月までに、18社が共同監査を受けましたが、特に、労働・倫理マネジメントシステム、安全衛生、労働セクションにおける指摘事項が多くなっています。品質面でのアプローチと同じように、今後もサプライヤーと協力して継続的に改善していきます。

EICCでは、業界共通の課題にも目を配っています。エレクトロニクス製品の製造に欠かせない希少金属などの

サプライヤーのEICC共同監査の指摘事項
（セクション別比率）



掘削過程での環境破壊問題や、労働者の人権問題などについても、ステークホルダーの関心の高まりを受けて、調査を行っており、EICCでは、電子業界としての取り組みを検討しています。

製品品質・サービス、サプライチェーンへの取り組みに終わりはありません。ソニーが企画を始めたその段階から製品がお客様の手に渡るまでだけではなく、使っていただき、製品としての使命を終え回収されてリサイクルされるまで、あるいは完全に廃棄されるまで。そこまで商品企画にあたる社員の視野に入っているべきです。販売後もお客様とのコミュニケーションを続けていくという考え方に立てば、「お知らせ」に対する意識も変わります。どのような使い方ができるのか、どのように使っていただきたいのか。製品自体が接点となるようなコミュニケーションのあり方も視野に入れ、今後も時代やお客様のニーズの変化をとらえながら、活動を続けていきます。

より広範で詳細な情報については、ウェブサイトもご参照ください。 <http://www.sony.co.jp/csr/>